

# Online-Anbieter und Wettbörsen und ihre Auswirkungen auf den deutschen Wettmarkt

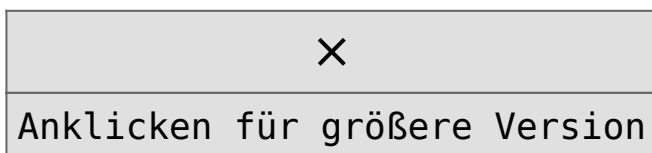
*Ein Artikel von Martin Oelbermann*

Auch wenn die privaten Wettanbieter sowie auch die staatlichen (u.a. durch ihre Vertriebspartner) den stationären Vertriebskanal weiterhin ausbauen, so scheint doch vor allem das Internet die Wachstumsphantasien der Branche zu beflügeln. Wesentliche Gründe hierfür:

- Wie kaum ein anderes Produkt eignen sich Wetten und Lotto für die Abwicklung via digitaler Medien.
- Das junge und damit zukünftige Kundensegment hat keine Berührungängste mit dem Internet – ganz im Gegenteil.

Dominiert wird der Online-Wettmarkt von privaten Anbietern wie BetandWin, die sich ganz dem Internet verschrieben haben. Aber auch traditionell stationär fokussierte Anbieter ergänzen ihre Vertriebskanäle um ein Internet-Angebot (z.B. Springer/oneXtwo, Hobiger/Wetten.de, ...).

## Die staatlichen Anbieter und das Internet



Eine besondere Bedeutung haben die an den Deutschen Lotto- und Totoblock (DLTB) vermittelnden Online-Anbieter Jaxx/Fluxx und Tipp24 (beide Unternehmen sind börsennotiert). Sie machten sich vor einigen Jahren die damaligen Schwächen des DLTB im Internet zu Nutze und boten Oddset-Wetten sowie Lottoprodukte per Internet in ganz Deutschland an.

Inzwischen sind auch die Gesellschaften des DLTB im Internet vertreten, haben aber aufgrund der föderalen Struktur des staatlichen Glücksspielwesens (viele Lotteriegesellschaften betreiben jeweils eigene Internet-Angebote) einen signifikanten Kosten- und Vermarktungsnachteil. So wird der Markt von Tipp24 und Jaxx/Fluxx dominiert und der Anteil des DLTB selbst am Internet-Vertrieb der staatlichen Wett- und Lottoprodukte beträgt nur geschätzte 30%, während sich Tipp24 und Jaxx/Fluxx für den Rest verantwortlich zeichnen. Folge dieser Entwicklung: die Online-Angebote einer Vielzahl von Lotteriegesellschaften werden von Jaxx/Fluxx betrieben und Tipp24 sollte im Frühjahr 2005 bereits von den Lotteriegesellschaften Hessen, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz als quasi letzte Chance für eine erfolgreiche Präsenz im Internet-Markt übernommen werden (aus kartellrechtlichen Gründen scheiterte allerdings der Verkauf von Tipp24).

Anzunehmen ist, dass die privaten Vertriebspartner auch weiterhin den Bärenanteil des Online-Umsatzes des DLTB erwirtschaften werden und sich diese Situation erst dann ändert, wenn der DLTB es schafft, eine einheitliche und koordinierte Internet-Strategie umzusetzen.

### **Wettbörsen / P2P Wetten – eine echte Gefahr für Buchmacher oder zu früh für den deutschen Markt**

Ein besonderes Sportwettenangebot sind Wettbörsen oder im Englischen Betting Exchanges genannt. Die Wettbörsen basieren auf der im Internet bereits schon in anderen Bereichen sehr erfolgreichen P2P (person-to-person)-Idee (z.B. eBay). Hierbei vermitteln Wettbörsen mit Hilfe einer Online-Plattform Wetten zwischen den meist privaten Nutzern der Plattform. Wettbörsen finanzieren ihr Angebot in der Regel dadurch, dass sie als Vermittlungsprovision zwischen 3%-5% der Nettogewinne der Nutzer berechnen. Insbesondere in Großbritannien stellen P2PWetten den wesentlichen Wachstumsmarkt dar aber seit langem arbeiten die führenden Anbieter auch an einer internationalen

Expansion des Modells und so sind auch in Deutschland die ersten Wettbörsen auf den Markt gekommen (z.B. Mybet, Bluevex, Spomaxx von Sportwetten Gera, Betbull von BetandWin, ...).

Allerdings sehen die Erfolgsgeschichten der Wettbörsen bisher sehr unterschiedlich aus. Während der internationale Marktführer Betfair jährlich ca.

Euro 45 Millionen an Profit macht, fristet z.B. Betbull ein Dasein auf einem eher niedrigen Umsatzniveau und versuchte daher nun, durch den Kauf von WettenLeip in den stationären Wettmarkt einzusteigen.

## **Fazit**

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass dem Online-Wetten sicher die Zukunft gehört aber der deutsche Wetter muss auch erst an viele Angebote (z.B. Wettbörsen), die ggf. in anderen, wett-affineren Ländern schon funktionieren, gewöhnt werden. Wer allerdings den Internet-Markt in einigen Jahren beherrschen wird, ist noch unklar. Während die privaten Anbieter und DLTB-Vermittler den Markt zur Zeit dominieren, kann und sollte der DLTB sogar aus ordnungspolitischen Gründen vermehrt über eine einheitliche Internet-Strategie nachdenken.

## **Mehr Informationen gewünscht?**

Mehr Informationen zum deutschen Wettmarkt finden Sie in der aktuellen Studie von MECN „Der deutsche Wettmarkt im Umbruch“. Hier können Sie die Broschüre der Studie runterladen oder besuchen Sie [www.wettmarkt.mecn.net](http://www.wettmarkt.mecn.net) für mehr Informationen.